

## DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, A. Y. 2009. Pengaruh Persepsi Konsumen terhadap Atribut Produk pada Niat Pembelian Ulang Produk Daging Olahhan Beku. Skripsi Fakultas Peternakan. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta.
- Alpert, F.H. and M.A. Kamins. 1995. An Empirical Investigation of Consumer Memory, Attitude, and Perceptions Toward Pioneer and Follower Brands. *Journal of Marketing* Vol. 59.
- Akbar, Y. J. 2010. Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas, dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. Studi Kasus pada Konsumen Sepeda Motor Honda di Semarang. Skripsi Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang.
- Anonimus. 1988. Agar Pembeli Datang Lagi. Available at <http://majalah.tempointeraktif.com/id/arsip/1988/08/27/EB/mbm.19880827.EB28065.id.html>. Accession date 20<sup>th</sup> September 2010.
- Anonimus. 2008. Evaluasi dan Kajian Dampak Kebijakan Persaingan Usaha Dalam Industri Ritel. Available at [www.kppu.go.id/docs/Positioning\\_Paper/positioning\\_paper\\_ritel.pdf](http://www.kppu.go.id/docs/Positioning_Paper/positioning_paper_ritel.pdf). Accession date 2<sup>nd</sup> July 2010.
- Anonimus<sup>a</sup>. 2010. PT Lion Super Indo, LLC. Available at <http://www.superindo.co.id/>. Accession date 16<sup>th</sup> July 2010.
- Anonimus<sup>b</sup>. 2010. Carrefour Indonesia Membawa Dunia Ritel Indonesia ke Jenjang yang Lebih Tinggi. Available at <http://www.carrefour.co.id/profile.html>. Accession date 16<sup>th</sup> July 2010.
- Anonimus<sup>c</sup>. 2010. Matahari Hypermart. Available at <http://www.Matahari.co.id>. accession date 16<sup>th</sup> July 2010.
- Anonimus<sup>d</sup>. 2010. Lotte Mart Wholesale. Available at <http://www.lottemart.co.id/lotte/index.php?link=about&type=about-lottemart-wholesale>. Accession date 16<sup>th</sup> July 2010.
- Arief, H. 2008. Sejarah Hypermart. Available at <http://wartawarga.gunadarma.ac.id/2010/02/sejarah-hypermart>. Accession date 21<sup>st</sup> September 2010.

- Assael, H. 2004. *Consumer Behavior: A Strategic Approach*. Houghton Mifflin Company. Boston.
- BPS. 2009. Konsumsi Daging per Kapita Berdasarkan Jenis Daging dan Daging Diproses 2006-2008.
- Baker, J., A. Parasuraman, D.Grewal and B. Glenn. 2002. The influence of multiple store environment cues on perceived merchandise value and patronage intentions. *Journal of Marketing*. Vol. 66 No. 4.
- Centre for Economic and Social Studies (CESS). 1998. Dampak Krisis Ekonomi dan Liberalisasi Perdagangan terhadap Strategi dan Arah Pengembangan Pedagang Eceran Kecil-Menengah di Indonesia. November, TAF dan USAID. Jakarta.
- Daryanto, A. 2007. Peran Pasar Tradisional dan Modern dalam Pemasaran Unggas. *Majalah Trobos* edisi Oktober 2007.
- Daryanto, A. 2009. Revitalisasi Pasar Tradisional. *Majalah Trobos* edisi Agustus 2009.
- Dewan Standarisasi Nasional. 1995. SNI Karkas Ayam Pedaging SNI 01-3924-1995. Dewan Standarisasi Nasional. Jakarta.
- Dharmesta, B. S. 1993. Perilaku Berbelanja Konsumen Era 90'an dan Strategi Pemasaran. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia* September 1993.
- Dharmmesta, B. S. 1998. *Theory of Planned Behaviour* dalam Penelitian Sikap, Niat dan Perilaku Konsumen. *KELOLA* No.18/VII/1998.
- Dickson, P.R. and A.G. Sawyer. 1990. The Price Knowledge and Search of Supermarket Shoppers. *Journal of Marketing*, Vol. 54 No. 3.
- Foedjiawati dan H. Samuel. 2007. Pengaruh Sikap, Persepsi Nilai dan Persepsi Peluang Keberhasilan terhadap Niat Menyampaikan Keluhan (Studi Kasus pada Perusahaan Asuransi AIG Lippo Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 2 no. 1.
- Gemina, D. 2008. Pengaruh Faktor Eksternal, Internal, Persepsi, Sikap dan Preferensi Konsumen Terhadap Perilaku Konsumen Produk Makanan Di Kota Bogor. Thesis. Program Pascasarjana, Universitas Padjajaran. Bandung.
- Ghozali, I. 2006. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.

- Goldsmith, R. E, B. A. Lafferty and S. J. Newell. 2000. The Influence of Corporate Credibility on Consumer Attitudes and Purchase Intent. *Corporate Reputation Review*, Vol. 3. No. 4.
- Hair, Jr. J. F, W. C. Black, B. J. Babin, R. E. Anderson, R. L. Tatham. 2006. *Multivariate Data Analysis Sixth Edition*. Pearson Education International. Upper Saddle River. New Jersey.
- Hypermart MTC Bandung. 2008. Konsep Hypermart. Available at <http://hypermart-mtc-bandung.blogspot.com/>. Accession date 21<sup>st</sup> September 2010.
- Kohls, R. L. and J. N. Uhl. 1990. *Marketing of Agricultural Product*. Seventh Edition. Mac Millan Publishing Company. New York.
- Kotler, P dan G. Amstrong. 1997. *Prinsip -Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P and G. Armstrong. 2004. *Principle of Marketing 11th Edition*. Pearson Education, Inc. New Jersey.
- Parker, R.S., C. Pettijohn, L. Pettijohn and J. Kent. 2003. An Analysis of Customer Perceptions: Factory Outlet Stores Versus Traditional Department Stores. *The Marketing Management Journal*, Vol. 13 No. 2.
- Peter, J. P. and J. C. Olson. 1999. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid 1*. Y. Sumiyati (ed). Erlangga. Jakarta
- Peter, J. P and J. C. Olson. 2000. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Jilid 2*. Y. Sumiyati (ed). Erlangga. Jakarta.
- Purwanto, A. 2008. *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha Mio*. Skripsi Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.
- Sari, Y. P. 2010. Pasar Tradisional vs pasar Modern. Available at <http://www.mediaindonesia.com/mediaperempuan/read/2009/07/30/1937/9/Pasar-Tradisional-Vs-Pasar-Modern>. Accession date 23<sup>rd</sup> August 2010.

- Schiffman, L. J. and L. L. Kanuk. 2007. *Consumer Behavior*, 9th ed. Prentice Hall. New Jersey.
- Sekaran, U. 2003. *Research Methods for Business, a Skill Building Approach*, 4th ed. John Wiley & Sons, Inc. New York.
- Setiadi, N. J. 2003. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi Penelitian Pemasaran*. Prenada Media. Jakarta.
- Shergill, G. S. and Y. Chen. 2007. *Customer Perception of Factory Outlet Stores Versus Department Stores*. *Marketing Intelligence and Planning*, Vol. 26.
- Spears, N. and S. N. Singh. 2004. *Measuring Attitude Toward the Brand and Purchase Intentions*. *Journal of Current Issues and Research in Advertising*. Vol. 26 No. 2.
- Sugiyono. 1999. *Statistik Nonparametris untuk Penelitian*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- Suhendro. 2008. *Manajemen Pengelolaan Pasar Tradisional*. Asosiasi Pengelola Pasar Indonesia, PU Cipta Karya, World Bank. Jakarta.
- Sumarwan, U. 2004. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Penerbit Ghalia Indonesia. Bogor.
- Suryadama, D., A. Poesoro, S. Budiwati, Akhmadi, dan M. Rosfadhila. 2007. *Dampak Supermarket terhadap Pasar dan Pedagang Ritel Tradisional di Daerah Perkotaan di Indonesia*. Laporan Penelitian SMERU November 2007. Jakarta.
- Tambunan, T. T. H., D. Nirmalawati, dan A. A. Silondae. 2004. *Kajian Persaingan dalam Industri Retail*. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU). Jakarta.
- Tawaf, R. 2005. *Konsumsi Protein Hewani di Bawah Standar*. Available at <http://www.gizi.net/cgi-bin/berita/fullnews.cgi?newsid1127803684>, 20317. Accession date 2<sup>nd</sup> July 2010.

- Thoyibah, H. 2006. Hubungan Antara Persepsi Kualitas Produk Dengan Sikap Konsumen (Studi Kasus Produk Champion Furniture pada PT Jati Agung Putera Mandiri). Skripsi. Sarjana STIE Kesatuan. Bogor.
- Tuwu, M. Y. 2010. Perbedaan dan Pengaruh Persepsi Pada Sikap Konsumen, Serta Pengaruh Sikap Pada Niat Beli Konsumen di Toko Fesyen. Tesis. Program Magister Sains Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Gadjah Mada . Yogyakarta.
- Wahyuni, D. A. 2008. Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek “Honda” di Kawasan Surabaya Barat. Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan, Vol.10, No. 1.
- William. 1990. Memilih Daging yang Baik. Lembaga Kuliner Indonesia. Seminar Aprosando. Jakarta.
- Winoto, A. 2001. Analisis Atribut Produk yang Mempengaruhi Sikap dan Niat Beli Konsumen (Studi Kasus Konsumen Kijang Krista di PT New Ratna Motor Semarang). Tesis . Program Studi Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Diponegoro. Semarang.